

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV, di mana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kredibilitas *Travel Influencer* terhadap Pemilihan Destinasi Wisata. Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif menunjukkan pada variabel Kredibilitas *Travel Influencer* dan Pemilihan Destinasi Wisata dari 100 responden, dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden adalah “Setuju”. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden yang mayoritas setuju. Berikut ini adalah simpulan dan saran yang dapat Peneliti susun:

5.1. Simpulan

1. Terdapat pengaruh yang kuat antara variabel Kredibilitas *Travel Influencer* terhadap Pemilihan Destinasi Wisata. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai koefisien korelasi sebesar 0,692 dan ditunjukkan dengan hasil jawaban responden yang mayoritas “Setuju”, serta nilai signifikansi sebesar 0,00.
2. Besarnya pengaruh variabel Kredibilitas *Travel Influencer* terhadap Pemilihan Destinasi Wisata adalah 47,9%, sedangkan sisanya 52,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain, misalnya sarana transportasi jalan yang memadai, tempat wisata yang aman nyaman, dan kuliner yang tersedia di tempat destinasi wisata.

5.2. Saran-saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengambil topik tentang *travel influencer* dan destinasi wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga memiliki keterbatasan dari sisi data maupun informasi. Maka dari itu, penelitian selanjutnya dapat mengkaji dengan menggunakan pendekatan kualitatif, agar penelitiannya dapat lebih mendalam.
2. Serta diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemanfaatan konsep kredibilitas *Travel Influencer* sebagai aktor di media sosial yang memengaruhi *followers*-nya dalam pemilihan destinasi wisata.

5.2.2 Saran Praktis

1. Pihak pemilik akun *Instagram* Kadek Arini disarankan agar selalu melakukan evaluasi terhadap tempat-tempat wisata yang paling berkesan dalam kunjungannya, sehingga diharapkan para pemilih Destinasi Wisata akan semakin bertambah di masa yang akan datang.
2. Hendaknya dalam memilih destinasi wisata, disamping menggunakan akun *Instagram* Kadek Arini, diharapkan lebih dulu bertanya kepada seseorang yang pernah melakukan perjalanan ke suatu destinasi wisata. Hal ini dilakukan agar dapat lebih meyakinkan tentang destinasi wisata yang akan dikunjungi tersebut pilihan yang terbaik. Hendaknya penelitian ini dapat menjadikan

Travel Influencer sebagai preferensi masyarakat dan pengguna media sosial yang akan menyeleksi dan atau memilih tujuan destinasi wisata baik di dalam atau luar negeri.

3. Pihak pengelola destinasi wisata agar dapat memanfaatkan dan memaksimalkan jasa seorang *travel influencer* untuk memengaruhi *awareness* calon wisatawan, sehingga mampu meningkatkan kunjungan ke destinasi wisata tersebut.